

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Gure proiektua euskal gastronomiako jatetxe bat Japonen irekitzea da euskal kultura eta gastronomia munduan zehar hedatzeko atzerritarrek gure kulturaren ezaugarri tipikoena (euskal gastronomia) ezagutu, kontsumitu eta disfrutatzeko aukera izan dezaten.

Hori dela eta, nahitaezkoa da gure bezero mota konketuaren ezaugarriak azaltzea. Orokortuz, gure helburua euskal kultura (kasu honetan euskal gastronomia zehazki) atzerrian hedatzea denez, edozein adin, genero eta nazionalitatea dauzkaten bezeroez gozatu nahi dugu gure negozioan; baina horretarako segmentazio irizpide desberdinen bidez azalduko dizuegu nolakoa den gure bezero perfektua.

- Segmentazio demografikoa: Adinari dagokionez, gure produktuak edozein adinetako pertsonak kontsumitu dezakete haur oso txikiak izan ezik badagoelako zeinbait janari beraien adinarengatik baraiak hori kontsumitzea ez delako aproposa. Generoari erreparatuz, ez dago asko esateko, edozein generoko pertsonak gozatu dezakete gure zerbitzuaz eta edozein generoko pertsonak ongi etorriak dira gure negozioan.
- Segmentazio geografikoa: Segmentazio geografikoari begira, Japonen dagoenez jatetxea hango jendearentzat bideratuta egotea izango zen logikoena baina leku eta arraza guztietako jendea joan daiteke, Japonera dijoazten edozein herrialdeetako turistak hots.
- Segmentazio soziologikoa: Guk eskaintzen dugun zerbitzua ez da bereziki garestia beraz edozein lanbide daukan jendea eta edozein errenta maila jasotzen duten pertsonak kontsumitu dezakete hemen.
- Segmentazio psikografikoa: Segmentazio psikografikoari erreparatuz, gauza berriak ezagutu nahi dituzten pertsonak kokatuko lirateke hemen, hau da, kultura berriak ezagutu nahi dituzten pertsonak beraien ezagutza zabaldu nahian.

